

Ірина Мудра

*Національний університет «Львівська політехніка»
(Україна)*

ИЛЛЮСТРАЦИИ В ПРЕССЕ КАК ИНСТРУМЕНТ МЕДИАМАРКЕТИНГА

Газета информирует читателей с помощью не только слова, но и иллюстраций. Они дополняют содержание материалов. Иллюстрации – это не дополнения к материалам, но и средство привлечения читателей к изданию. Иллюстрация является одним из элементов, формирующих образ издания. Они в печатных изданиях играют важную роль в их внешнем оформлении, ибо помогают структурировать каждую страницу, сделать ее легкой для восприятия, а также привлекают внимание аудитории. Однако это не единственные их задачи. Кроме функций во внешнем оформлении, имеют также важное значение для содержательного наполнения [4].

Под понятием «иллюстрации» понимаем фотографии, карикатуры, шаржи и фото в стиле «ню». Каждый из этих видов рассмотрим отдельно.

Фотографии выполняют роль заголовков, привлекают внимание, улучшают качество дизайна. Каждая фотография является частью страницы, поэтому она должна гармонично сочетаться с другими элементами на странице газеты. Кроме того, фотография – это не только образ, но и документ. На страницах газет можно встретить фоторепортажи и новостные фотографии – фиксирование конкретного события в определенном месте. Такая фотография демонстрирует, что было на самом деле, поэтому организовать соответствующую сцену, осуществляя постановку, чрезвычайно сложно. В сочетании с авторским текстом такого рода материал дает полное представление того, что произошло [1].

Популярные общественно-политические издания на своих страницах размещают много фотографий. Можно также наблюдать фотозаметки и фоторепортажи. Но в основном к одному материалу используют только одну фотографию. А вот традиционные газеты в Интернете подают несколько фотографий. Редко попадаются заметка без фотографии. А районные издания экономят на фото. Многие районные издания, финансируемые из местных бюджетов, подают материалы без фотографий на страницах.

Чтобы ознакомиться с жанрами, которые используют в украинских газетах, необходимо изучить классификацию фотоиллюстраций в прессе разных исследователей. Констатируем, что дифференциация жанров

фото делится по различным признакам. Нет общепринятой классификации. Это происходит, во-первых, потому, что исследователи в основу классификации берут разные критерии. Иногда это может быть объект, иногда специфика и метод работы фотографа (например, студийный и репортажный портрет), некоторые предлагают различать фотографии в соответствии с заданием, которое ставит перед собой фотограф (тогда появляются такие понятия, как фотообвинение, фотография момента и т. д.). Иногда в пределах одной классификации использовано несколько критериев, тогда жанр невозможно четко выделить, они начинают пересекаться и каждую конкретную фотографию можно отнести не к одному, а к нескольким жанрам.

На страницах общественно-политических изданий все чаще можно наблюдать фотографии в стиле «ню» – фотографии обнаженных красавиц и известных женщин. «Ню» (с фр. обнаженный) – художественный жанр в скульптуре, живописи, фотографии и кинематографе, изображающий обнаженное человеческое тело или определенные его части. В истории нет определенной даты зарождения этого жанра. Известно, что в начале 1840-х в Париже появились выставки «дагеротипных изображений» обнаженной натуры. Примерно в это же время живописцы начали использовать фотографии обнаженных тел [2].

Такие фотографии газеты размещают регулярно с целью привлечения мужской аудитории к изданию. На своих страницах практиковала такое «Газета по-українски», а сейчас – «Факты и комментарии». А редакция газеты «Молния» объявила конкурс на лучшее фото обнаженных читательниц. И их в каждом номере печатает на последней странице.

Еще одним средством маркетинга является карикатура, которая воспринимается не просто как средство критики, иронии, но и как некое зеркало современности, чутко реагирует на все изменения в обществе. Известный карикатурист Б. Ефимов отмечает, что сила жанра карикатуры в том, что она привлекает к себе внимание, обращается не только к разуму и эстетическому воспитанию человека, но и к свойственному чувству юмора, то есть создает комический эффект [3]. Поэтому читатели любят просматривать карикатуры.

Карикатура в газетах выполняет следующие функции: информативная (информирует о событиях); эстетическая (карикатура является искусством); коммерческая (способствует увеличению тиража, обеспечивает популярность издания); коммуникативная; воспитательная (как сатирический жанр влияет на сознание общественности, изображает добро и зло, иногда помогает читателю занять определенную мировоззренческую позицию); рекламная (карикатура может рекламировать опреде-

ленный вид деятельности, товар, побудить к подражанию). Карикатура является элементом дизайна издания и его изюминкой.

Таким образом, иллюстрация – это один из самых главных элементов газеты, на который обращает внимание аудитория и влияет на спрос издания со стороны читателей.

Читатели преимущественно воспринимают страницу с большим количеством материалов о чем свидетельствует проведенное нами исследование. Когда читатели впервые знакомятся с содержанием издания, то сперва обращают внимание на фотографии, а позже на заголовок материала.

Мы провели собственный опрос читателей и обнаружили, что 2,5 % респондентов, которые регулярно читают газеты, предпочтение дают своей любимой газете, потому что в ней есть много фотографий. 82 % опрошенных ответили, что для них важно оформление газеты и наличие фотографий в ней. А 66,25 % читателей хотели бы видеть в газете вместо фото карикатуры. И 77,5 % респондентов хотели бы чтобы газеты публиковали фоторепортажи на отдельных страницах. А на вопрос о наличии фото в стиле «ню» читатели ответили, что им не нравится, когда газеты их размещают (77,5 %), но 21,25 % читателей покупали бы газету ради таких фото. Но все респонденты хотят покупать издания, которые имеют много качественных иллюстраций.

Итак, иллюстрации привлекают респондентов и влияют на выбор ими периодического издания, поэтому иллюстрации являются инструментом маркетинга. Редакция газет необходимо учитывать спрос читателей на размещение качественных иллюстраций.

Литература

1. Максимович, М. Дослідження фотожурналістики / М. Максимович [Електронний ресурс] // Науковий журнал «Теле- та радіожурналістика». – 2012. – Вип. 11. – Режим доступу: <http://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/vypusk7/n11/tv11-10.pdf>
2. Ню (жанр) [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – Режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Ню_\(жанр\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Ню_(жанр))
3. Середина, Е. Элементы трагизма и комизма в политической карикатуре / Е. Середина [Електронний ресурс] // Науковий журнал «КубГАУ». – 2012. – Вип. 79 (05). – Режим доступу: <http://ej.kubagro.ru/2012/05/pdf/13.pdf>
4. Шевченко, В. Художньо-технічне оформлення видань різних видів / В. Шевченко [Електронний ресурс] // Бібліотека Інститут журналістики. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>